

*Гримов О. А., кандидат социологических наук,
доцент кафедры философии и социологии
Юго-Западный государственный университет, Россия, г. Курск*

ОПЫТ ЭКСПЕРТНОЙ РЕФЛЕКСИИ СОЦИАЛЬНО – СЕТЕВОЙ КУЛЬТУРЫ

Аннотация: Статья посвящена анализу результатов экспертного опроса по актуальным структурным и содержательным аспектам социально-сетевой культуры. Приводятся данные о дисциплинарной функции социально-сетевой культуры, преобладающих в сетевых сообществах ценностях, на основе чего делается вывод о трансформации концепта «сообщество» в условиях социальных сетей.

Ключевые слова: социальные сети, социально-сетевая культура, сетевое сообщество, экспертный опрос.

Abstract: The article is devoted to the analysis of the results of an expert survey on relevant structural and substantive aspects of social network culture. The data on the disciplinary function of the social network culture, the prevailing values in network communities are given, on the basis of which it is concluded that the concept of “community” is transformed in social networks.

Keywords: social networks, social network culture, network community, expert survey.

Важнейшим следствием экспансии социальных сетей является развитие социально-сетевой культуры, которая понимается в исследовании как совокупность устойчивых норм, ценностей, практик, паттернов социально-сетевой коммуникации, а также фундированных ими конкретных продуктов

художественного творчества. Социально-сетевая культура как значимый феномен современного информационного пространства отличаются такими чертами, как сложность, динамичность и функциональная полимодальность. Ранее мы отмечали, что социально-сетевая культура может быть представлена в виде следующих артефактов:

- 1) нормы и ценности (нормативный компонент);
- 2) социокультурные практики (деятельностный компонент);
- 3) непосредственные продукты художественного творчества (содержательный компонент) [1].

Следует отметить, что исследователями современных форм коммуникации обращается внимание на смежные или сходные рассматриваемым нами феномены. Так, А.М. Сафина пишет о сетевой культуре, которая «...обычно определяется как культура общения и подачи информации в Сети, однако нам представляется вполне возможным рассматривать ее как самобытную субкультуру, имеющую свою этику, эстетику и даже язык» [2, с. 89]. Для нас принципиально, что данный концепт может быть, как представлен в качестве интегративного для всех субкультурных аспектов нового сетевого дискурса, так и адаптирован к любому из них, понимаясь в таком случае, как определённый сетевой этикет.

С целью изучения основных структурных и содержательных характеристик социально-сетевой культуры нами был проведён экспертный опрос (N=100). В группу экспертов вошли модераторы, администраторы, а также лидеры и контентмейкеры сетевых сообществ социальных сетей. Представители экспертной группы квалифицированы в вопросах социокультурного наполнения социальных сетей, а также обладают значительным управленческим и административным ресурсом и потенциалом.

Управление группой, поддержание в ней определённых сетевых норм и правил является неотъемлемым элементом деятельности каждого модератора или администратора сообщества, а также его участников. Это характерно для сообществ любого профиля – от узкоспециальных до сообществ с широкой

тематикой, в том числе, различающихся по числу участников. Нами был задан соответствующий вопрос (см. Рис. 1).



Рисунок 1. Распределение ответов на вопрос: Какую функцию, на Ваш взгляд, выполняют принятые в сообществе нормы, правила этикета, ритуалы? (до 2-х вариантов ответа)

Более половины экспертов отмечают, что принятые в рамках сообщества нормы и правила устанавливают дисциплину внутри сообщества (53%) и упрощают коммуникацию между его участниками (52%). Стоит отметить, что данные функции взаимосвязаны, так как успешная коммуникация в сетевом сообществе, чтобы она не редуцировалась к бесконтрольному потоку сообщений (флуд, спам) или взаимным оскорблениям (флейм, троллинг), должна базироваться на определённых дисциплинарных механизмах. Любопытно, что собственно «культурные» функции такие аспекты социально-сетевой культуры, как нормы и ритуалы, выполняют, по мнению экспертов гораздо реже: поддерживают традиции внутри сообщества (22%), развивают культурную среду сообщества (19%). Данные две функции направлены в основном на самоорганизацию и самовоспроизводство сообщества. Также эксперты выделили такие варианты ответа, как «укрепляют связи внутри сообщества» (17%) и «способствуют монетизации» (12%).

Дисциплинарная функция социально-сетевой культуры была прослежена нами далее в вопросе о санкциях и мерах воздействия. Экспертам было

предложено ответить, какие санкции и меры воздействия на участников социально-сетевой коммуникации в сообществе они применяют. В числе подобных мер следует выделить:

- ограничение доступа к контенту сообщества для отдельных пользователей. Данная мера является широко распространённой и применяется в том числе в режиме маркирования границ сообщества и внешней информационной среды. Говоря иначе, такие действия не являются ответом на какое-либо нарушение со стороны пользователя, а служат для задания границ «свой» - «чужой». Как правило, доступ к контенту получает любой пользователь, ставший участником сообщества;

- ограничение возможности публикации постов и сообщений. Данная мера может являться как ответной санкцией на определённое нарушение (например, публикацию рекламных сообщений), так и просто быть элементом культурно-коммуникативной архитектуры сообщества, т.е. её правилом;

- ограничение возможности комментирования. Данная мера, подобно предыдущей, может быть, как уже «встроенной» в сообщество, так и служить санкцией в отношении конкретного пользователя.

- бан (полный запрет на выполнение каких-либо действий в рамках сообщества, фактически исключение из него). Бан является в определённой степени крайней мерой дисциплинарного воздействия на пользователя, но степень тяжести данного наказания также может быть различной (на различный срок).

Как видим, сетевые сообщества изначально сильно различаются по своей тематической направленности, типу контента и уровню открытости. Данные характеристики сопрягаются с целевой аудиторией сообщества. 87% экспертов отметили, что целевой аудиторией их сообществ являются специфические группы, которые могут быть выделены с помощью ряда тематических, социально-демографических и иных фильтров сообщества (преобладание в сообществе какого-либо определённого типа идентичности). Лишь 13% отмечают, что контент их сообществ может быть адресован всем участникам

сетевой коммуникации. Таким образом, происходит своеобразная специализация социально-сетевой культуры, приводящая в отдельных случаях к её маргинальности.

Очевидно, что результат функционирования социально-сетевой культуры определяется ценностно-целевыми интенциями самого автора контента, и шире – самого сообщества. Экспертам предлагалось указать, какие ценности являются преобладающими для контента, распространяемого в их сообществах (Рис. 2).



Рисунок 2. Распределение ответов на вопрос: «Какие ценности являются преобладающими для контента, распространяемого в Вашем сообществе?»

Экспертами было отмечено, что преобладающей ценностью в их сообществе является ценность доступа к информации (контенту – в более узком смысле слова) – такой вариант указали 43% опрошенных. Характерно, что сетевые сообщества утрачивают свою ориентацию на совместность пользовательских социокультурных практик, общность ценностей, сплачивающих пользователей, стремление к консолидации действий пользователей в офлайне и т.д. В подобных условиях сообщество становится лишь условием доступа пользователей к контенту в формате их информационного не взаимодействия, но «со-присутствия». Также значимыми

являются ценности самореализации (17%), мобильной коммуникации (14%). Принципиально, что мы не рассматриваем ценности социально-сетевой культуры с помощью морально-этических категорий. Социально-сетевая культура, в том числе, самими экспертами рассматривается как идеологически и морально нейтральный феномен, который может иметь конкретное наполнение в каждом отдельном случае; любые априорные оценки социально-сетевой культуры оцениваются ими как методологически некорректные.

Актуальным является вопрос дальнейшего изучения феномена социально-сетевой культуры с помощью гибких качественных методик, а также рассмотрение его в более широком контексте информационной и цифровой культуры [3; 4; 5].

Статья подготовлена в рамках гранта Президента РФ «Социально-сетевая культура: сущность, механизмы и риски» (Соглашение № 075-02-2018-852).

Библиографический список:

1. Гримов, О.А. Социально-сетевая культура: к постановке проблемы / Гримов О.А. // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2019. - Т. 9. - №1 (30). - С. 177–182.
2. Сафина, А.М. Сетевая культура как продукт и условие развития сетевых сообществ / Сафина А.М. // Вестник Северного (Арктического) Федерального Университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки, 2017. - №5. - С. 87–95.
3. Асеева, И.А. Этические вызовы цифровой эпохи / Асеева И.А. // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2019. - Т. 9. - №3 (32). - С. 202–212.
4. Буданов, В.Г., Каменский, Е.Г., Аршинов, В.И., Асеева, И.А. / Буданов В.Г., Каменский Е.Г., Аршинов В.И., Асеева И.А. // Социотехнический ландшафт в условиях цифровизации: к проблеме концепта и методологии исследования // Известия Юго-Западного государственного университета.

Серия: Экономика. Социология. Менеджмент, 2019. - Т.9, №3 (32). - С. 213–225.

5. Социо-антропологические измерения конвергентных технологий. Модели, прогнозы, риски: Коллективная монография / Аршинов В.И., Асеева И.А., Буданов В.Г., Гребенщикова Е.Г., Гримов О.А., Каменский Е.Г., Майнцер К., Маякова А.В., Москалёв И.Е., Пирожкова С.В., Суцин М.А., Чеклецов В.В. / Отв. Ред. И.А. Асеева, В.Г. Буданов. – Курск: ЗАО «Университетская книга», 2017. – 243 с.